

УДК 37.014.54:377(477.54)

Доля З.В., Пантелєєв М.С., к.т.н.

МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГУЛЮЮЧОЇ ДІЇ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ І РИНКУ ПРАЦІ

У статті проведено маркетингове дослідження ринку освітніх послуг професійно-технічних навчальних закладів Харківщини задля визначення збалансованості попиту і пропозицій робочої сили на ринку праці

The results of marketing market research of educational services of professional technical educational establishments of the Kharkov region are resulted with the purpose of determination of balanced of demand and supply of labour force at the market of labour

Сфера освітніх послуг є областю професійної діяльності по задоволенню різноманітних потреб споживачів у професійній освіті й отриманні відповідного документу, що підтверджує її наявність.

Ринок послуг професійної освіти (ППО) - це форма суспільного зв'язку між виробниками й споживачами цих послуг за допомогою посередників чи без їх участі, в процесі якої кінцево призначається або заперечується суспільна необхідність конкретного виду освітньої послуги, а продавці й покупці завершують процес обміну цінностями. В результаті такого взаємозв'язку більш раціонально використовуються суспільні ресурси, в даному випадку ресурси країни стосовно системи освіти. З метою забезпечення збалансованого стану й розвитку ринку послуг професійної освіти необхідне його регулювання.

Маркетинг ППО виступає одним із інструментів регулюючої дії на процеси, що відбуваються на ринку освітніх послуг і ринку праці.

Найважливішою особливістю маркетингу послуг професійної освіти є те, що він виступає ланцюгом, що зв'яже ринок послуг професійної освіти й ринок професійної праці.

Збалансованість ринку професійних освітніх послуг - це такий його стан, коли мають місце наступні характеристики, причому, одночасно, в комплексі:

а) пропозиція освітніх послуг за загальним об'ємом збільшується. При цьому їх якісні й

споживчі характеристики в цілому покращуються;

б) товарна пропозиція послуг перевищує попит на деяку нормальну величину, це перевищення носить стабільний характер, в результаті ринок надає достатній споживчий вибір;

в) відбувається безперешкодна реалізація освітніх продуктів і освітніх послуг. Важливою

умовою безперебійної реалізації є достатня платоспроможність споживачів, що дозволяє їм

задовольняти свої основні освітні потреби, що відповідають як потребам ринку праці, так і цілям

розвитку індивідуальних людських сил;

г) немає дефіциту, рівно як немає і заторювання на найважливіших, основних і навіть

дрібних сегментах освітнього ринку.

Метою даної статті є проведення маркетингового дослідження освітніх послуг технічних навчальних закладів (ПТНЗ) та визначення збалансованості попиту і

пропозиції робочої сили на ринку праці Харківської області.

В Харкові і області функціонують 59 професійно-технічних навчальних закладів, у тому числі 2 навчальні центри професійно-технічної освіти, 2 вищі професійні училища, 41 професійний ліцей, 8 професійно-технічних училищ, 6 навчальних центрів при установах виконання покарань; 4 філії ПТНЗ, при цьому у 43 ПТНЗ разом з робітничою професією учням надається повна загальна середня освіта.

Навчання у 2005-2006 навчальному році здійснювалось за 163 професіями, з яких 57,7%, або 94 професії суміщені.

52 професійно-технічні навчальні заклади області (98,1%) здійснюють підготовку кваліфікованих робітників з 2 більше професій за термін навчання.

Для аналізу збалансованості попиту і пропозиції на ринку праці щодо випускників професійно-технічних навчальних закладів (ПТНЗ) здійснено структурування даних обласного центру зайнятості (ЦЗ) щодо звернень випускників ПТНЗ в ЦЗ та професійного навчання безробітних в ПТНЗ на замовлення ЦЗ, а також порівняльний аналіз показників динаміки структури підготовки кадрів в ПТНЗ, звернень випускників до ЦЗ та професійного навчання безробітних.

Аналізувались 18 напрямків підготовки:

1) машинобудування, металообробка; 2) електрорадіотехнічні, зварювальні професії; 3) будівництво; 4) транспорт (авто, залізничний, метро, буд механізація, 5) ремонт і обслуговування транспортних засобів); 6) бухгалтері та оператори ЕОМ; 7) сільське господарство, лісове господарство; 8) легка промисловість; 9) побутове обслуговування (в т. ч. молодший медичний персонал); 10) харчування; 11) торгівля; 12) зв'язок; 13) поліграфія; 14) харчова промисловість; 15) службовці; 16) народні промисли; 17) нафтогазова промисловість; 18) туристичний бізнес;

Аналіз дозволив здійснити групування напрямів за тенденціями збалансованості обсягів підготовки учнів ПТНЗ і попиту на професії. В цілому, зменшення кількості звернень випускників в ЦЗ свідчить про деяке поліпшення балансу попиту і пропозиції на ринку праці щодо випускників ПТНЗ.

Група 1 включає професії машинобудування, металообробки, електрорадіотехнічні. Зварювальні професії, професії зв'язку (крім поштового).

Для цієї групи характерно одночасне скорочення (або відсутність збільшення) обсягів підготовки робітників та збільшення попиту на ринку праці. Можливе збільшення обсягів підготовки.

Група 2. Професійні напрями "Будівництво" та "Торгівля".

Для цієї групи незважаючи на вже існуюче розширення підготовки учнів в ПТНЗ, є певні резерви на ринку праці, але збільшення професійного навчання безробітних може погіршити шанси випускників ПТНЗ на працевлаштування.

Група 3. Напрями "Бухгалтерія", "Оператори ЕОМ", "Легка промисловість", "Службовці". Характеризуються одночасним поживаленням ринку праці та збільшенням обсягів підготовки. Можливе подальше збільшення підготовки.

Група 4, Напрям "Харчова промисловість*". Тенденція до дисбалансу попиту і пропозиції (скорочення попиту при збільшенні підготовки по обох категоріях). Подальше розширення підготовки недоцільне.

Група 5. Напрями "Транспорт", "Побутове обслуговування", "Харчування", "Поліграфія", "Народні промисли". Зниження попиту на ринку праці. Доцільно скоротити підготовку учнів ПТНЗ.

Група 6. Напрям "Сільське господарство". Скорочення підготовки одночасно зі скорочення попиту. Розширення підготовки недоцільне.

Порівнюючи групування напрямів підготовки у 2001-2002 та 2005-2006 навчальному році, необхідно відмітити перехід у групу напрямів "Машинобудування, металообробка" у зв'язку з позитивними тенденціями розвитку важкої промисловості і збільшенням попиту на робітничі кадри.

Перехід у 5 групу напрямів "Харчування" і "Поліграфія" свідчить про насичення ринку і недоцільність подальшого розширення підготовки з цих професій.

Перехід з 5 у 2 групу напрямів "Торгівля" свідчить про можливість розширення підготовки в ПТНЗ за умови, що професійна підготовка безробітних з цього напрямку не буде зростати.

Привертає увагу відсутність підготовки з напрямів "Нафтогазова промисловість" і "Туристичний бізнес", хоча ці сектори економіки області характеризуються позитивними тенденціями.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

Як свідчить аналіз збалансованості попиту і пропозиції робочої сили на ринку праці Харківської області, доцільно збільшувати обсяг підготовки за професіями машинобудування, металообробки, зварювальними професіями, професіями зв'язку. Користуватимуться попитом на ринку праці випускники за спеціальностями "Оператори ЕОМ", "Легка промисловість", «Службовці». Потрібно впровадити підготовку за спеціальностями "Нафтогазова промисловість" і "Туристичний бізнес".

До дисбалансу попиту і пропозиції може привести подальше розширення підготовки за напрямками "Харчова промисловість", "Транспорт", "Побутове обслуговування", "Харчування", "Поліграфія", "Народні промисли", "Сільське господарство". Тому підготовку за даними професіями слід скоротити.

Процеси, що відбуваються в економіці України та приводять до зміни попиту на ринку праці, вимагають постійних маркетингових досліджень ринку освітніх послуг для визначення перспективних напрямків діяльності закладів профтехосвіти.

Список джерел інформації: 1. Джапарова Р. Маркетинг послуг професійної освіти // Маркетинг. - 2005. - №4(83).; 2. Миненко В.Л. Ринок праці як регулятор професійно-кваліфікаційної структури і обсягів підготовки кадрів в системі професійно-технічної освіти // Вісник профосвіти.- 2004. - №1-4.; 3. Помаран П. Професійна освіта в регіоні // Професійно-технічна освіта. - 2005.- №1.; 4. Шевченко Д.А. Особливості стратегії маркетингу освітніх послуг // Маркетинг в Росії й закордоном. - 2005.-№4. - с. 108-115.